

การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้านการจัดทำแผนการตลาดการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ของจังหวัดกำแพงเพชร The Development of Human Resource Regarding Tourism Market Planning for Kamphaeng Historical Park

เพชรรา บุตสีทา

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

E-mail: apetchara@hotmail.com

Mrs.Phetchara Budseeta

Management Science, Rajabhat Kamphaengphet University

E-mail: apetchara@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้านการจัดทำแผนการตลาดการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ของจังหวัดกำแพงเพชร ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยประยุกต์ (Applied Research) ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์การวิจัย 3 ข้อคือ 1) เพื่อศึกษาสภาพและปัญหาการจัดทำแผนการตลาดการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ของภาคีด้านการท่องเที่ยว จังหวัดกำแพงเพชร 2) เพื่อหาแนวทางพัฒนาการจัดทำแผนการตลาดการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ของจังหวัดกำแพงเพชร โดยการมีส่วนร่วมของภาคีด้านการท่องเที่ยว จังหวัดกำแพงเพชร และ 3) เพื่อประเมินแผนการตลาดการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ของจังหวัดกำแพงเพชร แหล่งข้อมูลการวิจัยประกอบด้วย ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ของจังหวัดกำแพงเพชร โดยแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวเจ้าของกิจการ และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามและใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพโดยสัมภาษณ์เชิงลึก และการปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research : PAR) การวิเคราะห์ข้อมูลใช้รูปแบบการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) และทำการวิเคราะห์ SWOT สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณคือ ค่าสถิติพื้นฐาน ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย-เลขคณิต และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เนื้อหาสำหรับข้อมูลเชิงคุณภาพ

จากการศึกษาพบว่า

1. สภาพและปัญหาการจัดทำแผนการตลาดการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ของภาคีด้านการท่องเที่ยว จังหวัดกำแพงเพชร พบว่า ผู้รับผิดชอบภาครัฐและภาคีที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ยังไม่ได้ดำเนินการกิจกรรมจัดทำแผนการตลาดการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์อย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งการดำเนินการกิจกรรมการทำแผนการตลาดการท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ในความรับผิดชอบของหน่วยงานภาครัฐเป็นผู้กำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชร ส่วนภาคีที่เกี่ยวข้องได้มีส่วนร่วมในการเข้าร่วมประชุมเชิงปฏิบัติการเป็นครั้งคราว

2. แนวทางพัฒนาการจัดทำแผนการตลาดการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ของจังหวัดกำแพงเพชร โดยการมีส่วนร่วมของภาคีด้านการท่องเที่ยว จังหวัดกำแพงเพชร ประกอบด้วย

2.1 แผนการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงรุก เพื่อจัดทำแผนการตลาดการท่องเที่ยว

2.2 แผนการสร้างเครือข่ายพันธมิตรเพื่อการท่องเที่ยว

2.3 แผนการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงรุก เพื่อพัฒนาช่องทางการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

2.4 แผนการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงรุก เพื่อพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวเชิงรุก

3. ความคิดเห็นของภาคีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในการประเมินแผนการตลาดการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ของจังหวัดกำแพงเพชร พบว่า ภาคีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมีความคิดเห็นในภาพรวมต่อแผนการตลาดการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ในลักษณะเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย = 4.15)

คำสำคัญ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์, แผนการตลาดการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์

Abstract

This applied research entitled “The Development of Human resource Regarding Tourism market planning for Kamphaeng Historical Park” was aimed to 1) identify the states and problems of tourism market planning faced by the agents who were responsible for the setting of the plan 2) seek for guidance for developing tourism market planning emphasizing on participation of all agencies involved and 3) evaluate the tourism market planning for Kamphaeng Phet Historical Park. The data for the study was obtained from different participants who were involved in the tourism of Kamphaeng Phet Historical Park including Thai and foreign visitors, tour agencies, traders, and government agencies. For quantitative data, a

questionnaire and a structured interview form were used as data collection tools. For qualitative data, in depth interview and PAR techniques were employed. The data was analyzed descriptively and a SWOT analysis was applied. The statistics used for the analysis of the data included the frequency, percentage, mean, and standard deviation. A content analysis was also employed for the analysis of qualitative data.

The results of the study can be summarized as follows:

1. Regarding the states and problems of tourism market planning for Kamphaeng Historical Park, it was found that there was no obvious activities performed by government authorities which could be said to be a market planning action. Majority of the planning work was under the responsibility of state authorities with private sections occasionally participating in some conferences.

2. The guidance for developing tourism market planning included:

- 2.1 An aggressive promotion campaign for setting a tourism market plan for Kamphaeng Phet Historical Park

- 2.2 An alliance building plan for Kamphaeng Phet tourism

- 2.3 An aggressive promotion campaign for PR campaign improvement

- 2.4 An aggressive promotion campaign for the development of aggressive tourism marketing

3. The opinion of the participants towards the tourism marketing plan of Kamphaeng Phet Historical Park showed that they agree with the plan (Mean = 4.15).

Keyword: The Development of Human resource, Tourism market planning for Kamphaeng Historical Park

1. บทนำ

กำแพงเพชร อยู่ทางภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ทางทิศเหนือและทิศใต้ของจังหวัดเป็นที่ราบ ทางทิศตะวันตกเป็นภูเขา สลับซับซ้อนและเป็นต้นน้ำของลำธารต่าง ๆ เช่น คลองสวนหมาก คลองวังเจ้า คลองขลุง และคลองแขยง ซึ่งจะไหลลงสู่แม่น้ำปิง ที่เป็นแม่น้ำสำคัญที่ไหลผ่านกลางพื้นที่ของจังหวัดตั้งแต่เหนือสุดจนได้สุด กำแพงเพชรเป็นที่ตั้งของเมืองเก่าที่ ปรากฏหลักฐานอยู่ในประวัติศาสตร์ไทยไม่น้อยกว่า 700 ปี เคยเป็นส่วนหนึ่งของอาณาจักรสุโขทัย มีฐานะเป็นเมืองลูกหลวง และเป็นเมืองหน้าด่านทางยุทธศาสตร์ที่สำคัญ กำแพงเมืองและป้อมปราการจึงถูกสร้างอย่างแข็งแรงและยังเหลือร่องรอยอยู่จนปัจจุบัน จากหลักฐานทางประวัติศาสตร์ ก่อนมีเมืองกำแพงเพชรเคยมีเมืองเก่ามาก่อน 2 เมือง คือ เมืองขากังราว ตั้งอยู่ทางฝั่งซ้ายของแม่น้ำปิง และเมืองนครชุม อยู่

ทางฝั่งขวาของแม่น้ำปิง กำแพงเพชรจึงเป็นเมืองแห่งประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และธรรมชาติป่าเขา น้ำตก อ่างตงาม มีอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร ซึ่งได้รับการยกย่องให้เป็นมรดกโลกเมื่อปี 2534 และยังมีแหล่งท่องเที่ยวทาง ธรรมชาติที่ยังคงสมบูรณ์ ทั้งป่าไม้ นก สัตว์ต่าง ๆ อาทิ อุทยานแห่งชาติแม่วงก์ อุทยานแห่งชาติคลองลาน และอุทยานแห่งชาติคลองวังเจ้า ให้นักท่องเที่ยวได้ชื่นชมความงามอีกด้วย

ทั้งนี้การท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชรมีหน่วยงานและบุคลากรที่เกี่ยวข้องหลายฝ่าย จากการประชุมเสวนาภาคีผู้เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวจังหวัดกำแพงเพชรในวันที่ 2 มิถุนายน 2549 พบว่า ต้องการให้หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนประสานเชื่อมโยงให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวให้มากขึ้น ภาครัฐควรเข้ามามีบทบาทบริหารจัดการด้านการจัดทำศูนย์ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว พัฒนาศักยภาพการรองรับนักท่องเที่ยว และต่อมาในวันที่ 21 มิถุนายน 2549 และ วันที่ 1 กันยายน 2549 ได้จัดสัมมนาภาคีผู้เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชรทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชนและภาควิชาการ ผลการประชุมผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายให้ความเห็นว่า ควรพัฒนาการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด พัฒนาการประชาสัมพันธ์ การตลาด การพัฒนาที่พัก ร้านอาหารให้ได้มาตรฐาน แนวทางการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมในการพัฒนาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ฯลฯ จากที่ประชุมสัมมนาทั้ง 3 ครั้งทำให้มองเห็นภาพการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชรที่ยังต้องการ การเติมเต็ม และพัฒนาให้เกิดความสมบูรณ์ในทุก ๆ ด้าน ซึ่งยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยว พ.ศ.2547 – 2551 มีเป้าประสงค์ให้การท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมหลักที่เติบโตอย่างยั่งยืนเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวแห่งเอเชีย โดยกำหนดยุทธศาสตร์หลักไว้ 3 ด้านคือ ด้านการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว ด้านการพัฒนาสินค้าและบริการการท่องเที่ยว ด้านการพัฒนาระบบบริหารแบบบูรณาการ (เกิดชาย ช่วยบำรุง, 2549) และจากการสัมมนารวบรวมแผนพัฒนาจังหวัดกำแพงเพชรสู่สังคมคุณภาพ ในวันที่ 13 กันยายน 2549 พบข้อสังเกตแผนยุทธศาสตร์ของจังหวัดกำแพงเพชร ควรเน้นให้ภาคีทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมคิดและร่วมแก้ปัญหาบนความสัมพันธ์แบบเสมอภาคในลักษณะหุ้นส่วน และจากยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวและสภาพความต้องการการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชร จึงได้วิเคราะห์ยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวที่กล่าวว่า “ส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและประวัติศาสตร์” มีวิสัยทัศน์ว่า “กำแพงเพชรเมืองท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและประวัติศาสตร์” ได้ชุดโครงการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและประวัติศาสตร์อย่างยั่งยืนบนฐานเศรษฐกิจพอเพียงของจังหวัดกำแพงเพชร”

มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร มีศักยภาพด้านการพัฒนาบุคลากรด้านการตลาด โดยสาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ และพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว โดยสาขาวิชาการท่องเที่ยวคณะวิทยาการจัดการ ที่จะมีส่วนช่วยในการพัฒนาบุคลากรด้านการวางแผนการตลาดการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชร ให้

เกิดผลได้ตามยุทธศาสตร์ของจังหวัด ดังนั้นโครงการวิจัยการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้านการจัดทำแผนการตลาดการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและประวัติศาสตร์จังหวัดกำแพงเพชร” จึงเป็นกิจกรรมการวิจัยที่จำเป็นสำหรับการพัฒนาภาคีที่เกี่ยวข้องกับการจัดการตลาดท่องเที่ยวของจังหวัด เพื่อให้สามารถทำการตลาดการท่องเที่ยวของจังหวัดให้เกิดขึ้นจริง สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาเยือน รักษานักท่องเที่ยวให้คงอยู่และสร้างรายได้หรือกำไรจากการท่องเที่ยวให้เกิดขึ้นกับชุมชนและภาคีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชรต่อไป

2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสภาพและปัญหาการจัดทำแผนการตลาดการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ของภาคีด้านการท่องเที่ยว จังหวัดกำแพงเพชร
2. เพื่อหาแนวทางพัฒนาการจัดทำแผนการตลาดการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ของจังหวัดกำแพงเพชร โดยการมีส่วนร่วมของภาคีด้านการท่องเที่ยว จังหวัดกำแพงเพชร
3. เพื่อประเมินแผนการตลาดการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ของจังหวัดกำแพงเพชร

3. แนวคิดทฤษฎี

การวิจัยการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้านการจัดทำแผนการตลาดการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ของจังหวัดกำแพงเพชร ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์
2. การบริหารการตลาดท่องเที่ยวและการจัดทำแผนการตลาด
3. การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ของจังหวัดกำแพงเพชร
4. การกำหนดเขตการใช้พื้นที่หรือเขตการจัดการในแหล่งท่องเที่ยว
- และ 5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

4. วิธีการดำเนินงาน

การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้านการจัดทำแผนการตลาดการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ของจังหวัดกำแพงเพชร ครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการตามกระบวนการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัย แบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 เพื่อศึกษาสภาพและปัญหาการจัดทำแผนการตลาดการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ของภาคีด้านการท่องเที่ยว จังหวัดกำแพงเพชร

แหล่งข้อมูล

ประชากรการวิจัย ได้แก่ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ของจังหวัดกำแพงเพชร โดยแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว เจ้าของกิจการ และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง กลุ่มตัวอย่างการวิจัยได้แก่ 1. นักท่องเที่ยว หมายถึง นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย จำนวน 400 คน และชาวต่างประเทศที่

เดินทางมาท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ของจังหวัดกำแพงเพชร จำนวน 200 คน ทำการสุ่มตัวอย่างโดยบังเอิญ 2. ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว หมายถึง เจ้าของหรือผู้จัดการบริษัทนำเที่ยวที่จดทะเบียนอย่างถูกต้องตามพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ.2535 และตั้งสำนักงานอยู่ในกรุงเทพมหานครและจังหวัดกำแพงเพชรที่มีโปรแกรมนำนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวจังหวัดกำแพงเพชร การเลือกกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาจากประชากรกลุ่มนี้ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) 3. เจ้าของกิจการ หมายถึง เจ้าของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทาง ประวัติศาสตร์ ที่ตั้งอยู่ในจังหวัดกำแพงเพชร เป็นผู้ประกอบการโรงแรมด้านโรงแรมที่พัก จำนวน 6 คน ผู้ประกอบการด้านของที่ระลึก จำนวน 5 คน 4. หน่วยงานภาครัฐในท้องถิ่น ได้แก่ ผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ของจังหวัดกำแพงเพชร จำนวน 7 คน

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากหลายวิธีด้วยกัน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องและแน่ชัด จึงจำเป็นต้องใช้ข้อมูลจากหนังสือ เอกสาร การสอบถามประกอบการสัมภาษณ์ รวมถึงการสังเกตการณ์ การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค ของการจัดการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ของจังหวัดกำแพงเพชร ปัญหาด้านการตลาดการท่องเที่ยว รวมถึงการจัดทำแผนการตลาดการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่ผ่านมาเป็นอย่างไร บรรลุเป้าหมายหรือไม่ ผู้วิจัยจึงทำการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) และข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ซึ่งได้จากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม การสัมภาษณ์โดยใช้ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

การวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นตอนนี้ใช้รูปแบบการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) และการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

ขั้นตอนที่ 2 เพื่อหาแนวทางพัฒนาการจัดทำแผนการตลาดการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ของจังหวัดกำแพงเพชร โดยการมีส่วนร่วมของภาคีด้านการท่องเที่ยว

แหล่งข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ภาคีที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวทาง ประวัติศาสตร์ของจังหวัดกำแพงเพชร โดยแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว เจ้าของกิจการ หน่วยงานภาครัฐที่ และประชาชนเกี่ยวข้องโดยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 21 คนดังนี้ ผู้ประกอบการด้านบริษัทนำเที่ยว ที่ตั้งอยู่ในจังหวัดกำแพงเพชร จำนวน 2 คน ผู้ประกอบการด้านบริษัทนำเที่ยว ที่ตั้งอยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 3 คน ผู้ประกอบการโรงแรมด้านโรงแรมที่พัก จำนวน 6 คน ผู้ประกอบการด้านของที่ระลึกจำนวน 5 คน และผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ของจังหวัดกำแพงเพชร จำนวน 5 คน

วิธีการรวบรวมข้อมูล

โดยการปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research : PAR) เพื่อจัดแนวทางพัฒนาการจัดทำแผนการตลาดโดยภาคีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ทั้งนี้ได้

นำข้อมูลจากการวิจัยในคำถามวิจัยข้อที่ 1 มาใช้ในการจัดทำแผนการตลาดการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมเป็นแบบบันทึกการประชุมกลุ่มย่อยของภาคีในการจัดทำแผนการตลาดสำหรับ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของจังหวัดกำแพงเพชร ใช้เทคนิคการปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research : PAR) ตามประเด็นที่ศึกษา ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลในขั้นนี้ใช้รูปแบบการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) และวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

ขั้นตอนที่ 3 เพื่อประเมินแผนการตลาดการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ของจังหวัดกำแพงเพชร

แหล่งข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ภาคีที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวทาง ประวัติศาสตร์ของจังหวัดกำแพงเพชร โดยแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว เจ้าของกิจการหน่วยงานภาครัฐที่ และประชาชนเกี่ยวข้องเกี่ยวข้อง โดยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 21 ประกอบด้วยดังนี้ ผู้ประกอบการด้านบริษัทนำเที่ยว ที่ตั้งอยู่ในจังหวัดกำแพงเพชร จำนวน 2 คน ผู้ประกอบการด้านบริษัทนำเที่ยว ที่ตั้งอยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 3 คน ผู้ประกอบการโรงแรมด้านโรงแรมที่พัก จำนวน 6 คน ผู้ประกอบการด้านของที่ระลึกจำนวน 5 คน และผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับ การดำเนินกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ของจังหวัดกำแพงเพชร จำนวน 5 คน

วิธีการรวบรวมข้อมูล โดยการประเมินแผนการตลาดการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ของจังหวัดกำแพงเพชร ด้วยแบบสอบถามความคิดเห็นที่มีต่อแผนการตลาดการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ของจังหวัดกำแพงเพชร

วิเคราะห์ข้อมูลในขั้นนี้ใช้รูปแบบการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

5. ผลการศึกษา

1. ผลศึกษาสภาพและปัญหาการจัดทำแผนการตลาดการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ของภาคีด้านการท่องเที่ยว จังหวัดกำแพงเพชร ดังนี้

1.1 พฤติกรรมและความต้องการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวและประวัติศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 50.5 รองลงมาเป็นเพศหญิงร้อยละ 49.5 มีอายุ 20-29 ปี ร้อยละ 40.5 รองลงมา 30-39 ปี ร้อยละ 22.5 การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 33.0 รองลงมาอยู่ระดับมัธยมศึกษา ร้อยละ 28.0 อาชีพธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 27.0 รองลงมา เป็นนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 26.0 รายได้ต่อเดือน 5,000-10,000 บาท ร้อยละ 35.0 รองลงมาคือ ต่ำกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 31.5 ส่วนใหญ่มาจากอำเภอต่าง ๆของกำแพงเพชร ร้อยละ 67.5 รองลงมาคือจังหวัดอื่น ร้อยละ 32.5 ใช้จ่ายพาหนะประเภทรถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 60.0 รองลงมา รถจักรยานยนต์ ร้อยละ 25.0 มีจำนวนผู้ร่วมในการเดินทาง 3-5 คน ร้อยละ 46.0 รองลงมาคือการเดินทางกับผู้ร่วมเดินทางอีก 1 คน ร้อยละ 18.0 กลุ่มบุคคลผู้ร่วมเดินทางมากับ

นักท่องเที่ยวเป็นครอบครัว ญาติ ร้อยละ 55.0 รองลงมา เป็นเพื่อน ร้อยละ 36.5 เดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดกำแพงเพชรมากกว่า 5 ครั้ง ร้อยละ 47.5 รองลงมาคือ 2-3 ครั้ง ร้อยละ 29.0 แสดงว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ของกำแพงเพชรเป็น repeated visitor มาท่องเที่ยวที่จังหวัดกำแพงเพชรในช่วงวัน เสาร์-อาทิตย์ ร้อยละ 34.5 รองลงมาคือ วันหยุดพักผ่อน/พักร้อน ร้อยละ 31.0 มีจุดประสงค์หลักในการท่องเที่ยว เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ร้อยละ 59.5 รองลงมา เพื่อต้องการชมแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ร้อยละ 55.0 การเดินเข้าไปชมภายในบริเวณสถานที่ที่น่าสนใจ ร้อยละ 69.5 รองลงมา คือการถ่ายภาพเป็นที่ระลึก ร้อยละ 54.0 ทำกิจกรรมอื่น ๆ เมื่อมาท่องเที่ยว คือ การนั่งพักผ่อนในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว ร้อยละ 76.5 รองลงมา เป็นการซื้อสินค้า อาหาร เครื่องดื่ม ร้อยละ 64.0 ใช้เวลาในการท่องเที่ยว ครั้งวัน ร้อยละ 32.0 รองลงมา ใช้เวลา 1 วัน ร้อยละ 17.0 ได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อบุคคล ร้อยละ 64.5 รองลงมา สื่อป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์ ร้อยละ 34.0 ไม่พบปัญหาในการท่องเที่ยวภายในจังหวัดกำแพงเพชร ร้อยละ 44.5 รองลงมาคือ พบปัญหาในเรื่องอาหารและเครื่องดื่ม ร้อยละ 21.5 จะกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชรอย่างแน่นอน ร้อยละ 68.0รองลงมาจะกลับมาถ้ามีสถานที่ หรือกิจกรรมที่น่าสนใจ ร้อยละ 17.0 มีความต้องการที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชร ร้อยละ 91.5 รองลงมา ไม่แน่ใจ ร้อยละ 6.5

นักท่องเที่ยวรับรู้เกี่ยวกับจังหวัดกำแพงเพชร เป็นอันดับที่ 1 คือ กลัวไข่ ร้อยละ 40.0 อันดับที่ 2 คือ น้ำตก (น้ำตกคลองลาน น้ำตกคลองน้ำไหล) ร้อยละ 16.00 และอันดับที่ 3 คือ เมืองเก่า มรดกโลก เมืองโบราณ ร้อยละ 6.50 การรับรู้เกี่ยวกับของที่ระลึกหรือของฝากในจังหวัดกำแพงเพชร เป็นอันดับที่ 1 คือ กลัวไข่ ร้อยละ 50.80 อันดับที่ 2 คือ กระจยาสารท ร้อยละ 21.30 และอันดับที่ 3 คือ เฉาก๊วย-ซากังราว ร้อยละ 20.25 มีความคิดเห็นต่อคุณสมบัติและความโดดเด่นของจังหวัดกำแพงเพชรในภาพรวมระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย = 3.79) มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวภายในจังหวัดกำแพงเพชรในภาพรวมระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย = 3.84) มีความพึงพอใจต่อราคาใน การท่องเที่ยวภายในจังหวัดกำแพงเพชรในภาพรวม อยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย = 3.51) มีความ พึงพอใจต่อช่องทางการจัดจำหน่ายการท่องเที่ยวภายในจังหวัดกำแพงเพชรในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย = 3.56) มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดในการท่องเที่ยวภายในจังหวัดกำแพงเพชรในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.56)

1.2 พฤติกรรมและความต้องการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง ร้อยละ 51.0 รองลงมาเป็น เพศชายร้อยละ 49.0 ส่วนใหญ่มีอายุ 20-29 ปี ร้อยละ 35.0 รองลงมา 30-39 ปี ร้อยละ 22.0 การศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 35.5 รองลงมา อนุปริญญา/ปวส. ร้อยละ 29.0 อาชีพพนักงานบริษัท/เอกชน ร้อยละ 23.5 รองลงมา อื่น ๆ ร้อยละ 22.5 รายได้ต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 51.5 รองลงมาคือ 15,001-20,000 บาท ร้อยละ 15.5 การรับทราบข้อมูลและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้รับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวทาง

ประวัติศาสตร์กำแพงเพชร จากบริษัทตัวแทน/บริษัทนำเที่ยว มากที่สุด ร้อยละ 59.0 รองลงมา จากแผนป้ายโฆษณา ร้อยละ 22.5 วัดอุปสงค์นักท่องเที่ยวต่างชาติมาท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ กำแพงเพชร เพื่อเยี่ยมชมโบราณสถาน มากที่สุด ร้อยละ 72.5 รองลงมา เพื่อ การเรียนรู้เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ร้อยละ 49.5 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ กำแพงเพชร เป็นครั้งแรก มากที่สุด ร้อยละ 87.5 รองลงมา เดินทางมาท่องเที่ยวมากกว่าหนึ่งครั้ง ร้อยละ 11.5 เดินทางมาท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์กำแพงเพชร ในช่วงเดือนตุลาคม-ธันวาคม มากที่สุด ร้อยละ 60.0 รองลงมาช่วงเดือนมกราคม-มีนาคม ร้อยละ 27.5 การเดินทางมาท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์กำแพงเพชรไม่ใช่อุทยาน ปลายทางหลักของการเดินทาง ร้อยละ 55 และมีเพียงร้อยละ 44 ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ตอบว่าใช่ ซึ่งจุดหมายปลายทางหลักส่วนใหญ่ คือ จังหวัดสุโขทัย ร้อยละ 13 จังหวัดอยุธยา ร้อยละ 8.5 จังหวัดเชียงใหม่/จังหวัดเชียงราย ร้อยละ 7.5 จังหวัดกรุงเทพฯ ร้อยละ 3.5 จังหวัดพิษณุโลก/อ.แม่สอด จังหวัดตาก ร้อยละ 3 จังหวัดกาญจนบุรี/ราชบุรี/ประเทศพม่า ร้อยละ 2 จังหวัดพิจิตร/จ.ตาก/เกาะเสม็ด ร้อยละ 1 ตามลำดับ เดินทางมาเป็นกลุ่ม ร้อยละ 72.5 รองลงมา เดินทางมาคนเดียว ร้อยละ 22.5 ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์กำแพงเพชรกับครอบครัว มากที่สุด ร้อยละ 46.2 รองลงมา เดินทางมากับเพื่อน ร้อยละ 34.5 และจำนวนบุคคลที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว น้อยกว่า 5 คน มากที่สุด ร้อยละ 53.1 รองลงมา 5-10 คน ร้อยละ 37.9 ใช้เวลาในการมาท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์กำแพงเพชร 1-3 ชั่วโมง มากที่สุด ร้อยละ 60.0 รองลงมา น้อยกว่า 1 ชั่วโมง ร้อยละ 26.0 เดินทางโดยยานพาหนะ รถของบริษัททัวร์ มากที่สุด ร้อยละ 46.5 รองลงมา รถโดยสารประจำทาง ร้อยละ 23.5 ไม่พักค้างคืนภายในจังหวัดกำแพงเพชร เมื่อเดินทางมาท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์กำแพงเพชร มากที่สุด ร้อยละ 66.0 ถ้าพักในจังหวัดกำแพงเพชร ระยะเวลาการพักค้างคืนภายในจังหวัดกำแพงเพชรของนักท่องเที่ยวต่างชาติ มากที่สุด 1-3 วัน ร้อยละ 76.5 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์กำแพงเพชรและการจัดการเชิงอนุรักษ์ นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความคิดเห็นว่า สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์กำแพงเพชรมีลักษณะเด่นเกี่ยวกับ โบราณสถาน มากที่สุด ร้อยละ 86.5 รองลงมา มีลักษณะเด่นเกี่ยวกับธรรมชาติ ร้อยละ 12.0 นักท่องเที่ยวรู้จักพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติกำแพงเพชร มากที่สุด ร้อยละ 32.5 รองลงมา อุทยานแห่งชาติคลองลาน ร้อยละ 22.0 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่มีต่อการจัดกิจกรรมที่เสริมสร้างการเรียนรู้และกิจกรรมเชิงอนุรักษ์ในอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร ร้อยละ 79.5 ในประเด็นต่อไปนี้ กิจกรรมด้านการศึกษา คือ ภายในศูนย์บริการข้อมูลเป็นส่วนที่อธิบายและนำเสนอให้ความรู้กับนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับความเป็นมาของอุทยานประวัติศาสตร์ โบราณสถาน เรื่องราวในอดีต แต่ควรเพิ่มเติมข้อมูลในลักษณะเกี่ยวกับพระพุทธศาสนา สิ่งต่างๆ ที่เคยเกิดขึ้นบริเวณโบราณสถานและมีการแสดงฉากปกรัณฑ์ต่างๆ อยู่ภายในศูนย์ข้อมูลที่ให้ความรู้ ควรมี Audio Guide ที่มีข้อมูลทางประวัติศาสตร์ให้นักท่องเที่ยวได้ ถาม – ตอบ ในคำถามที่นักท่องเที่ยวต้องการทราบ

หรือในลักษณะเป็นเกมส์ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในอุทยานประวัติศาสตร์เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เพลิดเพลินพร้อมกับความรู้ด้วย ในส่วนของข้อมูลให้อธิบายได้แผนที่ ภาพ ควรมีภาษาอังกฤษและรายละเอียดข้อมูลให้มากขึ้นเจ้าหน้าที่ที่นำชมควรให้ความรู้แนะนำเป็นภาษาอังกฤษได้และในการแนะนำไม่ควรแนะนำยาวเกินไป ควรใช้เวลาในการแนะนำทั้งหมดไม่เกิน 30 นาทีเพื่อไม่ให้นักท่องเที่ยวเกิดความเบื่อหน่ายนอกจากนั้นควรมีกิจกรรมด้านการศึกษารอบๆอุทยานให้มีการวาดรูป หรือถ่ายภาพ บอกเล่าเรื่องราวที่ผ่านมาและควรมีการจุดค้นทางโบราณคดีแสดงให้นักท่องเที่ยวได้ชมและเกิดความรู้ด้วย ส่วนกิจกรรมด้านการอนุรักษ์ คือ ควรมีรูปภาพ วิดีทัศน์แสดงในวิธีและการอนุรักษ์โบราณสถานที่ประชาชนสามารถทำได้และเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวมาร่วมกันอนุรักษ์และทำความสะอาดภายในอุทยานฯ ร่วมกัน อาจจะมีการจัดให้ทางโรงเรียนต่างๆ ภายในเขตชุมชนจังหวัดได้เข้ามาช่วยกันดูแลและทำความสะอาด และที่สำคัญต้องมีการควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามา เพื่อไม่ให้มีจำนวนมากเกินไป จนเป็นการทำลายโบราณสถาน และไม่เห็นด้วยเนื่องจากอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชรในปัจจุบันมีการจัดการเรื่องการอนุรักษ์ดีอยู่แล้ว

1.3 ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ของจังหวัดกำแพงเพชร กระบวนการในการสื่อสารไปยังลูกค้า และความคิดเห็นที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ของจังหวัดกำแพงเพชร ของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว

จุดขายหลักของการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ กำแพงเพชรคือ การเป็นมรดกโลกที่ค่อนข้างสมบูรณ์และสวยงามและที่สำคัญคือ การอนุรักษ์สภาพเดิมให้คงอยู่ซึ่งแตกต่างจากอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย อุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย หรือ อุทยานประวัติศาสตร์อยุธยา ที่มีการจัดแต่งโดยไม่เหมือนความเป็นเมืองแบบดั้งเดิม นอกจากนี้แหล่งธรรมชาติต้นไม้ต่างๆ ภายในอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชรมีความร่มรื่นเป็นต้นไม้ใหญ่ให้ร่มเงาทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินเที่ยวชมภายในอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชรได้อย่างสบาย

จากการวิเคราะห์การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์พบว่า ผู้รับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ต้องมีการดำเนินการด้านการอนุรักษ์ และด้านธุรกิจควบคู่กันไป ซึ่งจังหวัดกำแพงเพชรก็มีแผนพัฒนาของจังหวัดในเรื่องการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์กำแพงเพชรให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดต่อไป แต่อย่างไรก็ตามการดำเนินการด้านธุรกิจในปัจจุบันยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร ซึ่งถ้าวิเคราะห์จากแนวทางในการจัดการ 5 แนวทางแล้วจะพอสรุปได้ดังนี้

แนวทางที่ 1 การจัดการให้เป็นแหล่งเรียนรู้อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชรได้มีการจัดทำศูนย์ข้อมูลในส่วนนี้ได้นำเสนอความรู้ ความเป็นมา เรื่องเล่าภาพ 3 มิติ มีการจัดการแสดงแสง สี เสียง ที่สามารถให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจน อีกทั้งแผนผังต่างๆ ป้ายอธิบายหน้าโบราณสถานก็ยังเป็นการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดีก่อนที่จะเข้าไปชมภายในโบราณ ส่วนของมัคคุเทศก์ ทางอุทยานฯ มีมัคคุเทศก์ประจำที่มีความรอบรู้เกี่ยวกับอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชรเพียงคนเดียวเท่านั้น ซึ่งไม่เพียงพอ

กับความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้มาเยี่ยมชม ดังนั้นทางจังหวัดกำแพงเพชรได้จัดฝึกอบรมยุวมัคคุเทศก์ท้องถิ่นเพื่อมาเสริมความต้องการในส่วนนี้ นอกจากนี้ทางจังหวัดก็มีมัคคุเทศก์อบจ.ประจำรถไฟฟ้ายกให้ความช่วยเหลือและให้ข้อมูลกับนักท่องเที่ยวอีกด้วย

แนวทางที่ 2 การจัดภูมิทัศน์ ปัจจุบันอุทยานประวัติศาสตร์มีการปรับปรุงภูมิทัศน์ให้มีความสวยงามเป็นระเบียบเรียบร้อยมากขึ้น แต่ก็มีมีการปรับปรุงเพียงแค่ 2 เขต คือเขตอรัญญิกและเขตในเมือง ส่วนเขตนครชุมและเขตสวนตะวันออกของแม่น้ำปิงนอกเหนือจากเขตอรัญญิกและเขตในเมือง ไม่ได้มีการจัดการใดๆเพราะขึ้นอยู่กัจังหวัดสุโขทัย ซึ่ง 2 พื้นที่นี้มีพื้นที่ต่ำ จะมีน้ำท่วมขังในช่วงฤดูฝนและยังไม่มีมีการบูรณะแต่อย่างใด ดังนั้นส่วนที่มีการปรับปรุงพื้นที่ที่เหมาะสมต่อการท่องเที่ยวจึงเป็นพื้นที่เขตอรัญญิก และเขตในเมืองเท่านั้น ดังนั้นส่วนใหญ่ที่อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชรจะเป็นพื้นที่ขึ้นตามธรรมชาติ เป็นพื้นที่ไม่มีพื้นเมือง มีความเป็นธรรมชาติสูง และบริเวณรอบๆโบราณสถานนั้นถูกกำหนดให้มีการปลูกดอกไม้ที่มีดอกสีขาวเท่านั้น

แนวทางที่ 3 การจัดการด้านบริการพื้นฐาน การคมนาคมรถโดยสารยังไม่มีเส้นทางที่เข้ามาเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ส่วนใหญ่รถประจำทางที่มาจากปริมณฑลจะจอดที่หน้าสถานีรถไฟฟ้ายก ซึ่งก่อให้เกิดปัญหาความไม่สะดวกในการเดินทาง ส่วนการให้บริการรถไฟฟ้ายกจากอบจ.นั้นจะต้องแจ้งไว้ล่วงหน้าและไม่มีการรับผู้โดยสารตลอดเวลา ถ้านักท่องเที่ยวที่มีจำนวนมาก สามารถเหมารถไฟฟ้าได้คันละ 200 บาท สำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางขับรถมาเองจะมีบริการที่จอดรถอยู่ภายในบริเวณหน้าศูนย์ข้อมูล นอกจากนี้ ป้ายที่บอกตามทางไม่ค่อยชัดเจน ไม่มีแผนที่บอกว่ายู่จุดไหน ร้านขายของที่ระลึกมีจำนวนน้อยและไม่โดดเด่น ตั้งอยู่ในมุมหนึ่งของศูนย์บริการข้อมูล ยิ่งไปกว่านั้นทางอุทยานประวัติศาสตร์ไม่มีจุดบริการที่พักให้นักท่องเที่ยว ส่วนโรงแรมที่พักภายในจังหวัดที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวที่มาเป็นกลุ่มนั้นมีเพียงไม่กี่แห่ง นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่จะนิยมไปพักที่โรงแรมชากรังราว โรงแรมเพอร์โซเทล และโรงแรมนอร์ตัน ถ้านักท่องเที่ยวมาแบบสะพายเป้ (Backpacker) ก็จะนิยมไปพักที่ เกสต์เฮาส์ และนักท่องเที่ยวชาวไทยจะนิยมไปพักที่รีสอร์ทบริเวณฝั่งนครชุม

แนวทางที่ 4 การจัดการด้านความปลอดภัย ถ้าวีเคราะห์ใน 2 ประเด็น คือ ความปลอดภัยของโบราณสถานและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ปัจจุบันความปลอดภัยในโบราณสถานมีมากขึ้นโดยมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยคอยเดินตรวจเป็นระยะๆ มีคนงานประจำอยู่แต่ละจุดของวัดภายในโบราณสถานแต่ในช่วงเวลากลางคืนพื้นที่บางส่วนของแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ อาจไม่ปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็ก

แนวทางที่ 5 การมีส่วนร่วมของชุมชน ในส่วนนี้ประชาชนที่อยู่ในเขตโบราณสถานจะได้รับผลกระทบจากแหล่งทรัพยากรท่องเที่ยวทั้งด้านบวกและด้านลบ แต่ในกรณีของอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร ผลกระทบด้านบวกยังมีไม่มากนักเพราะในแง่การให้ประชาชนในพื้นที่ร่วมทำธุรกิจยังไม่มีเป็นรูปธรรมชัดเจนเพียงแต่สามารถใช้ประโยชน์ที่ภายนอกบริเวณที่เคยเป็นสนามกีฬา และพื้นที่บางส่วนของอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร เขตอรัญญิกสามารถใช้เป็นที่พักผ่อน ออกกำลังกายได้ และหัวหน้าจาก

ส่วนราชการก็เข้ามามีส่วนร่วมในการเป็นคณะกรรมการในอุทยานประวัติ ศาสตร์กำแพงเพชร แต่ยังไม่มีความสนใจในการตัดสินใจผลกระทบด้านลบคือชุมชนที่อยู่ในเขตโบราณสถานจะต้องย้ายออกนอกพื้นที่อุทยานฯ ตามแผนพัฒนาแม่บทปี 2550 ทำให้ประชาชนได้รับผลกระทบด้านที่พักอาศัย และหน่วยงานราชการจะต้องหาสถานที่ทำการแห่งใหม่ ซึ่งการจัดการในส่วนนี้ควรให้กรมประชาสัมพันธ์จังหวัดเข้ามาบริหารจัดการ

ในเรื่องการกำหนดเขตการใช้พื้นที่หรือเขตการจัดการในแหล่งท่องเที่ยวอันควรมี การแบ่งพื้นที่ออกเป็น 3 ส่วนดังที่กล่าวไปแล้วข้างต้น คือพื้นที่ส่วนสงวน พื้นที่ส่วนอนุรักษ์ และพื้นที่ส่วนบริการ จังหวัดกำแพงเพชรยังไม่มีมีการดำเนินการในด้านนี้ เพียงแต่เป็นแค่นโยบายเท่านั้น ปัจจุบันมีการดำเนินการเพียงแบ่งเป็น 2 เขต คือ เขตพื้นที่ตรกลางที่เรียกว่าพื้นที่แหล่งอนุรักษ์(Nucleus) อยู่ในเขตอรัญญิก ที่ล้อมรั้วภายในอุทยานประวัติศาสตร์ เขตที่อยู่รอบในเมืองเรียกว่าพื้นที่บริการและการจัดการ (Service and Management) อยู่ในเขตในเมือง ส่วนอีก 2 เขต คือเขตนครชุม และเขตสวนออก อยู่ในการดูแลของจังหวัดสุโขทัยเพราะถือว่าจังหวัดสุโขทัยเป็นศูนย์ในความรับผิดชอบ แต่ทางจังหวัดสุโขทัยก็ไม่ได้มีการเข้ามาดูแลพื้นที่แต่อย่างใด ปล่อยให้โบราณสถานมีความเก่าแก่ทรุดโทรมลง

2. ผลหาแนวทางพัฒนาการจัดทำแผนการตลาดการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ของจังหวัด

ผลการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ของจังหวัดกำแพงเพชร ดังนี้

จุดแข็ง ของการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ของจังหวัดกำแพงเพชร

S1 จังหวัดมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย อาทิแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ควรแก่การศึกษาเรียนรู้ ตั้งอยู่บนเส้นทางท่องเที่ยวสำคัญของประเทศ คือ อุตสาหกรรมสุโขทัย ทำให้เกิดการเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยว ซึ่งการเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวนี้สามารถผนวกกับแผนหลักของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ อีกทั้งยังมีอุทยานประวัติศาสตร์ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลก เส้นทางเสด็จประพาสต้นของ ร.5 และมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ อาทิ น้ำตกคลองลาน บ่อน้ำพุร้อนพระร่วง เป็นต้น ตลอดจนแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม อาทิ โคมสแตร์ที่อำเภอปางศิลาทอง หมู่บ้านไทยทรงดำ และพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติกำแพงเพชร เป็นต้น ซึ่งสามารถทำรายได้ให้ทางจังหวัด

S2 จังหวัดมีงานประเพณีที่มีเอกลักษณ์ อาทิ งานสารทไทยกล้วยไข่เมืองกำแพง งานนบพระเล่นเพลง ซึ่งสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาในจังหวัด

S3 จังหวัดมีที่พักหลากหลาย อาทิ โรงแรมและ รีสอร์ทที่ราคาถูก เป็นต้น

S4 จังหวัดมีการรวมกลุ่มเส้นทางท่องเที่ยวมรดกโลก (อยุธยา อุทยาน กำแพงเพชร สุโขทัย อุตรดิตถ์)

จุดอ่อน ของการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ของจังหวัดกำแพงเพชร

W1 จังหวัดยังขาดการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกจังหวัดอย่างแท้จริงและต่อเนื่อง อาทิ ป้ายแนะนำ

สถานที่ท่องเที่ยวมีน้อย และยังขาดการสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษซึ่งเป็นภาษาสากล

W2 จังหวัดขาดแคลนบุคลากรด้านการท่องเที่ยว อาทิ มัคคุเทศก์ และขาดการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ อาทิ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวด้านอาหาร โรงแรม และเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

W3 จังหวัดขาดการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรมและเป็นระบบ

W4 การเดินทางไปสู่แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดยังไม่สะดวกเท่าที่ควร

W5 จังหวัดขาดการบูรณาการระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชนในการบริหารจัดการท่องเที่ยวร่วมกัน

W6 จังหวัดขาดการจัดทำฐานข้อมูลด้านการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ

W7 ขาดการมีส่วนร่วมของประชาชน/ชุมชน/ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง

W8 ขาดความต่อเนื่องในการพัฒนาระบบสาธารณูปโภค

W9 การออกแบบระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกไม่สอดคล้องกับกฎ ระเบียบ กฎหมายที่เกี่ยวข้อง

W10 มัคคุเทศก์ส่วนหนึ่งขาดแรงจูงใจในการเข้าสู่อาชีพ โดยมีผู้ประกอบการ

W11 การย้ายถิ่นฐานของบุคลากรที่ผ่านการพัฒนาและฝึกอบรม

W12 ยังไม่มีการนำแผนไปสู่การปฏิบัติอย่างจริงจัง

W13 ขาดการวิเคราะห์ข้อมูลที่มีความสมบูรณ์ ครบถ้วน และเป็นปัจจุบัน

W14 ผู้เข้าร่วมกิจกรรมขาดทักษะการจัดทำกลยุทธ์การตลาดด้านการท่องเที่ยว

W15 การคัดเลือกวิทยากรกระบวนการที่มีความชำนาญเฉพาะทาง

W16 ผู้ประกอบการขาดศักยภาพด้านการประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

W17 ผู้ประกอบการและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวขาดความรู้และทักษะ

W18 การบูรณาการการทำงานของเครือข่ายไม่ต่อเนื่อง โอกาส ของการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ของจังหวัด

กำแพงเพชร

O1 นโยบายของจังหวัดกำแพงเพชร สนับสนุนการท่องเที่ยว โดยมีแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของจังหวัด

O2 นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความสนใจการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และมีความนิยมในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและศาสนามากขึ้น

O3 นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ มีความสนใจการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์

T1 นโยบายรัฐบาลส่งเสริมด้านตลาดการค้าเสรีกับต่างประเทศส่งผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศ

T2 เทคโนโลยีสมัยใหม่มีราคาแพง

T3 นโยบายการบริหารโครงการการท่องเที่ยวของรัฐบาลไม่ต่อเนื่อง

T6 ความผันผวนของค่าเงินบาท และราคาน้ำมัน

T7 กระแสความขัดแย้งทางการเมือง

จากการทำ SWOT ได้ผลการหาแนวทางพัฒนาการจัดทำแผนการตลาดท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ของจังหวัดกำแพงเพชร โดยการมีส่วนร่วมของภาคีด้านการท่องเที่ยว จังหวัดกำแพงเพชรคือ

แผนการตลาดที่ 1 การส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวเชิงรุก เพื่อจัดทำแผนการตลาดท่องเที่ยว

กิจกรรม

1. แต่งตั้งคณะทำงาน

2. ทำ SWOT เพื่อวิเคราะห์ลูกค้า ผลิตภัณฑ์ การบริการ การบริหารจัดการการท่องเที่ยว การส่งเสริมการขายและการตลาด ความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยว/ผู้ประกอบการ คู่แข่ง

3. สรรหา/จัดจ้างผู้ชำนาญการด้านการตลาดการท่องเที่ยวเป็นที่ปรึกษาในการวางแผนการตลาด

4. วางแผนกลยุทธ์/แผนงานหลัก/แผนการปฏิบัติงานการตลาดท่องเที่ยว

5. สรุปและติดตามผล

แผนการตลาดที่ 2 การสร้างเครือข่ายพันธมิตรเพื่อการท่องเที่ยว

กิจกรรม

1. สร้างเครือข่าย

1.1 ผู้สื่อข่าวเพื่อประชาสัมพันธ์การส่งเสริม

การท่องเที่ยว

1.2 กลุ่มผู้ผลิตชุมชน/ผู้ประกอบการ

1.3 หมู่บ้านเพื่อการท่องเที่ยว

1.4 อาสาสมัคร

1.5 สมาคมธุรกิจท่องเที่ยว 17 จังหวัด

ภาคเหนือ

1.6 เครือข่ายในเขตการท่องเที่ยวมรดกโลก

เชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (8 จังหวัด)

1.7 เครือข่าย กลุ่มจังหวัด(4 จังหวัด)

แผนการตลาดที่ 3 การส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวเชิงรุก เพื่อพัฒนาช่องทางการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

กิจกรรม

1. ส่งเสริมการนำเอกลักษณ์จังหวัด ไปเผยแพร่ในร้านอาหาร/โรงแรม/รีสอร์ท/ โฮมสเตย์/ร้านค้าของที่ระลึก

2. ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยผู้ประกอบการภาคเอกชน

3. ส่งเสริมให้คนในพื้นที่มีความภาคภูมิใจในเมืองมรดกโลก

4. จัดทำป้ายประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในสถานที่สำคัญ

5. ขอความร่วมมือกับภาคเอกชนในพื้นที่จังหวัดกำแพงเพชร ทำการประชาสัมพันธ์

จังหวัด

6. รณรงค์/ประชาสัมพันธ์ปีท่องเที่ยวเมือง
กำแพงเพชร (Amazing Kamphaeng Phet) และจัดกิจกรรมการ
ท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวตลอดทั้งปี

7. จัดทำหนังสือแนะนำแหล่งท่องเที่ยว
กำแพงเพชรภาษาต่างประเทศสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวหลัก

8. สร้างช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงกลุ่ม
นักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม

9. นำโฆษณาไปไว้ในรถสาธารณะ,รถประจำส่วน
ราชการของจังหวัด โดย ผลักดันให้รถสาธารณะใช้ชื่อแหล่งท่องเที่ยว
เป็นจุดสิ้นสุดในการเดินทาง จัดทำสติ๊กเกอร์ motto/mascot การ
ท่องเที่ยวจังหวัดและส่งเสริมให้รถของทุกภาคส่วนนำไปติด

10. จัดประชุม สัมมนา Road Show เพื่อ
ประชาสัมพันธ์เชิงรุก

11. ประชาสัมพันธ์ทางอ้อม

12. สร้างภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวที่โดดเด่น
ของจังหวัด

13. ประกวดและออกแบบ mascot เพื่อเป็น
สัญลักษณ์ และประชาสัมพันธ์จังหวัด

แผนการตลาดที่ 4 แผนการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว
เชิงรุก เพื่อพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวเชิงรุก

กิจกรรม

1. สร้างความร่วมมือในการท่องเที่ยวเมืองมรดก
โลก 7 แห่ง

2. ออกบูชานานส่งเสริมการท่องเที่ยวในระดับ
ภูมิภาค/ประเทศ

3. ประกวดออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีสัญลักษณ์ของ
จังหวัด และส่งเสริม/สนับสนุน ให้นำไปใช้ในผลิตภัณฑ์ชุมชน

4. สร้างและพัฒนาจุดจำหน่ายสินค้า ผลิตภัณฑ์
ชุมชน (Outlet, OTOP Rest Area)

5. จัด Package Tour เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว

6. ส่งเสริมให้ส่วนราชการในจังหวัดและจังหวัดอื่น
มาจัดประชุมสัมมนาในจังหวัดกำแพงเพชร

7. ส่งเสริมให้ Resort/โฮมสเตย์สร้างกิจกรรมดึงดูด
นักท่องเที่ยว

8. เชิญชวนท่องเที่ยวกำแพงเพชรผ่านตู้ ATM
ทุกธนาคาร

9. จัดโปรโมชั่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว (เช่น
ชิงรางวัลด้านการท่องเที่ยว, ลดแลกแจกแถม (พัก2 คืนฟรี 1 คืน))

10. ส่งเสริมการท่องเที่ยวในวันหยุดนักขัตฤกษ์

3. ผลการประเมินแผนการตลาดการท่องเที่ยวทาง
ประวัติศาสตร์ของจังหวัดกำแพงเพชร

ความคิดเห็นของภาคีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในการ
ประเมินแผนการตลาดการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ของจังหวัด
กำแพงเพชร พบว่า ภาคีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมีความคิดเห็นใน
ภาพรวมต่อแผนการตลาดการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ในลักษณะ
เห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย = 4.15)

6. ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะด้านนโยบาย

การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้านการตลาดการท่องเที่ยวทาง
ประวัติศาสตร์ของจังหวัดกำแพงเพชร ควรให้การพัฒนาบุคคลที่
เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวหลายกลุ่ม อาทิ ประชาชนที่อยู่ในแหล่ง
ท่องเที่ยวซึ่งมีความเกี่ยวข้องโดยตรง ผู้ปฏิบัติงานภาครัฐด้านการ
ท่องเที่ยว ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ดังนั้น
การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้านการตลาดการท่องเที่ยวทาง
ประวัติศาสตร์จะต้องมีเจ้าภาพหลัก และดำเนินการไปพร้อม ๆ กันทั้ง
ระบบ เพื่อขับเคลื่อนการตลาดการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ของ
จังหวัดกำแพงเพชรให้มีประสิทธิภาพอย่างเป็นรูปธรรม

ข้อเสนอแนะด้านการวิจัย

ผลการวิจัยครั้งนี้ เป็นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับแผนด้าน
การตลาดการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ของจังหวัดกำแพงเพชร
ดังนั้น ควรดำเนินการวิจัยต่อไปดังนี้

1. ควรมีการศึกษาผลการดำเนินกิจกรรมตามแนวทาง
พัฒนาการดำเนินการตามแผนการตลาดการท่องเที่ยวทาง
ประวัติศาสตร์ที่ได้นำเสนอไว้จากงานวิจัย

2. ควรมีการศึกษารายละเอียดเจาะลึกในแต่ละกลุ่มของ
ตลาดเป้าหมายการท่องเที่ยวเพื่อนำมาพัฒนาจัดทำแผนการตลาดการ
ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ให้เหมาะสมกับกลุ่มตลาดนั้น ๆต่อไป

3. ควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับความร่วมมือของแต่ละ
หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนในการพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยว
ทางประวัติศาสตร์

7. กิตติกรรมประกาศ

รายงานวิจัยฉบับนี้ได้รับทุนอุดหนุนจากงบประมาณแผ่นดิน
ประจำปีงบประมาณ 2551 มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ทำให้
งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จด้วยดี ขอขอบพระคุณนักท่องเที่ยวที่มา
ท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ จังหวัดกำแพงเพชร
ขอบพระคุณภาคีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิ
ผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการนำเที่ยว หน่วยงาน
ส่งเสริมการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการที่พักและประชาชนจังหวัด
กำแพงเพชร ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และ
มีส่วนร่วมในกระบวนการวิจัย ทำให้งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จด้วยดีคุณค่า
และประโยชน์ของการวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบแด่ครู – อาจารย์ทุก
ท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ ตลอดจนผู้เขียนตำราวิชาการที่
ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าอ้างอิงทุกท่าน

8. เอกสารอ้างอิง

ฉลงศรี พิมลสมพงศ์. (2542). การวางแผนและพัฒนาตลาดการ
ท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร:มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2544). การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบ
ยั่งยืน. คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. เชียงใหม่ :
สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.